

УДК 174:658.14

Овсянкіна Людмила Анатоліївна

ЕТИЧНИЙ ВИМІР БІЗНЕСУ

Овсянкіна Л.А. Етичний вимір бізнесу // Практична філософія. – №4. – 2013. – С.77-85.

У статті представлений порівняльний аналіз моральних цінностей бізнесу у різних типах суспільства – східної та західної цивілізації, індустріального та інформаційного суспільства, що функціонують у сучасному світі і визначають основні моделі господарювання. Доведено, що цінності, домінуючі в сучасному світі – це поєднання двох систем, в основі яких лежить ринкова економіка: цінностей попереднього індустріального суспільства (яке сформувало традиційні цінності індивідуального підприємництва) та цінностей постіндустріального (інформаційного) суспільства (яке сформувало нову етику соціальної відповідальності). Нова етика покликана згуртувати людство на засадах довіри та нових духовних принципів, враховуючи нові вимоги часу, нові потенційні можливості та весь попередній накопичений досвід інтелектуального та морального розвитку.

Ключові слова: бізнес, східна цивілізація, західна цивілізація, індустріальне суспільство, інформаційне суспільство, моральні цінності, ринкова економіка, підприємництво, соціальна відповідальність.

Питання, пов'язані з моральними імперативами та цінностями, є найважливішими для будь-якої з наук, що вивчають людину та суспільство. Сьогодні в Україні активно розвивається середній та малий бізнес, і духовно-моральні проблеми, з якими щоденно стикаються сучасні бізнесмени (як основні суб'єкти ринку) під час вирішення суто раціональних економічних питань у конкурентному середовищі, є такими, що потребують глибинного

філософського аналізу.

Позитивний історичний досвід ведення господарювання таких успішних країн Сходу та Заходу, як Японія, Китай, Америка, Велика Британія, Німеччина, Фінляндія, Канада тощо, є прикладом ефективного запровадження механізму поєднання економічних та моральних механізмів у бізнес-діяльності. У цих країнах давно вже зрозуміли, що ринок – не тільки економіко-господарський механізм, але й складний соціокультурний та психологічний феномен, що передбачає певну культуру та психологію господарської поведінки, розвиток соціально-духовних мотивів, ділову етику. Вони стають сьогодні вирішальною передумовою ефективності та комерційного успіху підприємства чи установи.

Українська соціально-філософська та суспільствознавча наука, на жаль, ще недостатньо приділяє увагу цій проблемі, що є наслідком тривалого панування у суспільній ідеології законів чіткого державного планування, де ігнорувалася моральна складова діяльності людини. Саме через недооцінку моральних чинників в економіці наша держава в ХХ ст. багато в чому програвала перед тими, які виявляли дух капіталізму і заохочували дотримання традиційних релігійних цінностей в бізнесі заради його соціальної ефективності.

На жаль і сьогодні, в епоху стрімкої інформатизації світу, ми спостерігаємо, що в Україні залишаються важко вирішуваними з боку бізнесу та соціуму в цілому проблеми запровадження тих моральних норм та законів, завдяки яким можна поставити ринковий прагматизм на службу соціальним інтересам держави, зробити його передбачуваним і максимально прибутковим. Адже бізнес, як важлива складова частина нашого суспільства, знаходиться у прямій залежності від цього суспільства, хоча й обслуговує його.

З точки зору моралі бізнес – лише модель, зліпок суспільних відносин і усіх проблем, які в ньому назріли. На даний момент український бізнес потребує серйозних демократичних та політичних реформ, ефективного управління заради економічного порядку й стабільності соціуму в цілому.

Взятий курс на інтеграцію у цивілізоване європейське суспільство має стимулювати кардинальні зрушення в ментальності суспільства, прискорити процеси його трансформації, в першу чергу у ділових стосунках, створити нові стандарти етичного устрою.

Проблему взаємодії бізнесу та етики активно обговорюють такі зарубіжні вчені, як П. Козловські [6], Г. Йонас [5], Р. Де Джордж [4], М. Томс [7], Д. Кемпбел, Дж. Стоунхаус, Б. Х'юстон, П. Друкер та інші. У своїх дослідженнях вони відстоюють точку зору про те, що аргіогі підприємництво, як ініціативна діяльність, спрямована на отримання прибутку, вже передбачає приховану моральну основу (відповідальність перед соціумом) і було б без неї неможливим. Для того, щоб сам бізнес був ефективним, дії людей, які займаються бізнесом, мають бути обумовлені правилами моралі.

В Україні ця соціально-філософська проблема стала важливим напрямом наукових дискусій в ХХ ст. у транзитивний період розвитку суспільства, що супроводжувався активним розвитком людини ринкового типу. Основні тенденції змін такого роду вивчають такі вітчизняні вчені, як В. Андрущенко, М. Михальченко, М. Попович, В. Пазенок, А. Єрмоленко, І. Надольний, В. Малахов, Т. Аболіна, О. Кисельова, Т. Глушко, О. Шинкаренко, О. Цимбаленко, А. Герасимчук, С. Шейко, О. Донченко, В. Пилипенко, З. Тимошенко та інші. Науковцями ринок розглядається як складно організована система, в основі якої існує поєднання індивідуальних та соціальних цілей. Центром наукових дискусій сьогодні є проблема практичної реалізації бізнес-етики в Україні та в світі в цілому. Сучасні авторитетні російські науковці, серед яких: Р. Апресян, В. Бакштановский, В. Ганжин, М. Гараджа, А. Гусейнов, Ю. Давидов, С. Кара-Мурза, К. Костюк, Ю. Осипов, О. Панарін, Ю. Согомонов, В. Фетисов, П. Шихирев, Ю. Яковець та інші, приділяють значну увагу вивченню філософських засад підприємництва та його моральної сутності, критичному аналізу ринку, можливості запозичення протестантської етики, впливу релігійно-морального фактору на становлення господарської культури тощо. Подальших наукових досліджень у сфері

метаетики потребує розробка механізму формування нового типу господарювання, для якого характерне глобальне етичне мислення та соціальна відповідальність.

Метою цієї статті є дослідження моральних цінностей бізнесу в різних типах суспільства.

Різноманітність і відносна автономія систем цінностей – порівняно нещодавній факт в історії суспільства. Так, у давніх цивілізаціях була зовсім відсутня диференціація цінностей, що було зумовлено обмеженою кількістю ідеологів, які сповідували ці цінності. Проте системи цінностей сучасного суспільства, як відомо, можна поділити вже на певні категорії: моральні, етичні, політичні, естетичні, економічні, релігійні, технічні та інші. Кожна система цінностей може бути поєднана з різними ідеологічними уявленнями. Ці відмінності можуть співіснувати одночасно в просторі або виникати в історичній послідовності. Вони конкурують одна з одною, прагнучи підпорядкувати собі певну соціальну групу. Наприклад, так виникають конфлікти ідеологічних цінностей (лібералізм і соціалізм), релігійних цінностей (католицизм і протестантизм, християнство та іслам тощо), економічних цінностей (вільна ринкова економіка індустріального та інформаційного суспільства, планово-директивна система господарства), політичних цінностей (авторитаризм і демократія). Конкурують між собою і цінності, що належать до різних сфер суспільного життя: наприклад, релігійні та етичні цінності, з одного боку, та економічні цінності – з іншого; моральні цінності і технічні цінності і т.п.

У той же час може бути відсутнім зв'язок між цінностями, що входять в різні системи: християнський соціалізм більш схильний до консерватизму в галузі політики у західноєвропейських країнах; соціальний демократизм зазвичай тяжіє до доктрини політичного лібералізму і навіть соціалізму.

Насильницьке усунення певних цінностей, що схвалює конкретна соціальна група або соціальне середовище, рідко приводить до остаточного результату. Можна розраховувати на певну ефективність заборони того чи

іншого виду поведінки в соціумі, але цінності міцно зберігаються і передаються, незважаючи на суворі покарання.

Аналізуючи системи базових моральних цінностей, що функціонують у сучасному світі і впливають на економічну поведінку людини, слід вказати на їх різноманітність і той фактор, що вони сформувалися під впливом релігії, менталітету і традицій, притаманних двом різнополярним типам цивілізацій – східній та західній. Вони кардинально різняться не тільки світоглядними принципами, але й методами ведення господарської діяльності, що обумовлює відомі моделі сучасного бізнесу. На сьогодні в світі також активно функціонують ще дві інші системи моральних цінностей – цінності індустріального та постіндустріального (інформаційного) суспільства. Цей конгломерат цінностей є закономірним результатом соціально-економічних відносин, які сформувалися історично, і є діалектично обумовленим.

Так, найпершим типом держави, який був сформований в історії людської цивілізації, є східний тип і аналогічна модель економічного розвитку. Моральні цінності, які домінують у культурі та економічній свідомості бізнесменів як представників східної цивілізації, історично сформувалися внаслідок тих соціально-політичних змін, які відбувалися у Стародавньому Єгипті, Індії, Китаї, Японії та інших країнах Сходу. Чітка «пірамідальна» будова суспільства східних держав трималася на міцній релігійній основі (завдяки наявності різноманітних релігійних вчень), пояснення якої носило міфологічний характер і було спрямовано на досягнення гармонії людини із світом.

Вагому роль у розвитку східної цивілізації відіграло конфуціанство, яке виробило ідеал благородної у всіх смислах людини, яка мала стати частиною космічного порядку і приносити користь суспільству. Заслугою Конфуція стало формулювання механізму дії закону морального вдосконалення людини, що виходить з поєднання законів природи та давніх звичаїв і традицій суспільства, які разом несуть у собі сильний гуманістичний заряд [1].

На основі конфуціанської ідеології китайське суспільство поступово віднайшло власний шлях переходу до ринкового господарства. Ця країна

споконвічно сповідувала внутрішню общинну моральність, схильність до добра, впевненість людей у можливості виконання морального обов'язку, визнання існуючого світу як найкращого. Водночас довгий період розвитку Китаю характеризувався як період соціалістичного будівництва. Сучасні досягнення ринкової економіки Китаю також спираються на традиції конфуціанства, але й не заперечують і колективістську мораль соціалістичного суспільства. Поряд із цим, завдяки глобалізаційним процесам поступово у китайському суспільстві активізуються й тенденції індивідуалізму, притаманні сучасним західним цивілізаціям. Ринкові реформи в цій країні запроваджуються не на основі повного руйнування старого, а на базі давніх і сучасних традицій. Ці зміни узгоджуються із думкою, що процес «раціоналізації» та «модернізації» світу не повинен зачіпати найелементарнішого і водночас найглибшого рівня міжлюдського спілкування на засадах простих законів моральності.

Японія, яка історично тривалий час перебувала в ізоляції від зовнішнього світу, досягла соціально-економічних успіхів власними зусиллями, пройшовши важкий шлях перемог та поразок. Японія і зараз залишається більш ієрархічним і менш індивідуалізованим товариством, що обумовлено її менталітетом, релігією і давньою культурою. Синтоїзм, буддизм, християнство, даосизм з панівною роллю конфуціанства – основні традиції, на яких побудовано японське суспільство та багато країн південноазійського регіону. Вони (традиції) сприяли закріпленню таких базових цінностей, як висока моральна мотивація праці, повага до старших (патерналізм), опора на групу та її внутрішні ресурси. Філософія конфуціанства, в основі якої лежить дотримання меритократичної традиції, домінування колективного начала, а не індивідуального, постійне самовдосконалення, – разом з іншими факторами мали великий вплив на розвиток економіки країни та системи її соціального захисту. Сьогодні моральні цінності, які для японців є глибоко важливими саме в економічній сфері, де кінцевий результат (якість продукту або послуги, дотримання умов договору тощо) є основним показником успіху підприємця, –

стають справою номер один, від якої залежить престиж та імідж не тільки фірми, але й країни в цілому.

Друга модель, за якою розвивається бізнес у сучасному світі, – це західна модель економічного розвитку. Моральні цінності, що домінують у ній і регулюють поведінку відповідного типу людей, були обумовлені протестантською релігією та її вченням про обраність і порятунок. На цьому наголошував ще М. Вебер, аналізуючи «дух» капіталізму та механізм раціонального ринкового господарства, в основі якого був закладений принцип індивідуалізму. Такі важливі індивідуальні якості підприємця, як порядність, пунктуальність, чесність, скромність, працездатність, ощадливість, професіоналізм, раціоналізм стали основою протестантської етики, яка поступово перетворилася на специфічний буржуазний етос [2]. Праця в американській трудовій етиці – не стільки джерело збагачення, скільки найперша умова стати людиною, користуватися повагою та авторитетом в суспільстві. У сфері вільного підприємництва Америки розповсюдилася ідея про важливість морального фактору в економіці: повага до людини, етика управління й ділового спілкування, культурно-етичне і суспільне визнання ролі і вкладу службовця, тісні морально-психологічні контакти його з керівництвом фірми. За тривалий час у країні сформувалась економіка вільного ринку з високою конкурентоздатністю економічних агентів, в якій урядові відведено обмежену роль. Отже, західна цивілізація породила конкуренцію – такий механізм вільного задоволення учасниками ринку своїх егоїстичних інтересів, який, згідно А. Сміту, своєю «невидимою рукою», сприяє підвищенню ефективності виробництва, стимулює інновації та сприяє інтересам усього суспільства.

Слід, однак, відзначити, що поняття ефективності певною мірою суперечить поняттю справедливості. Проблеми справедливості протягом тривалого часу були об'єктом дослідження економістів, філософів і соціологів, проте єдиного погляду на проблему поки ще немає. Більше того, існують прямо протилежні точки зору на проблему справедливості. Доказом цього є

ліберальна школа Ф. Хайєка, що виникла в індустріальну епоху і визнавала справедливість як норму відносин між людьми в суспільстві. Тим не менш Ф. Хайєк вважав, що досягнення соціальної справедливості вимагає досконалої моделі розподілу, яка взагалі неможлива [10].

В епоху індустріального суспільства, через послаблення релігійного фактору протестантська етика капіталізму була підмінена так званою демонстративною мораллю, в основі якої знаходився розрив між моральними цінностями, переконаннями, цілями й засобами, що декларуються, та реальними (суб'єктивними) обмеженнями. На жаль, без цієї єдності, без внутрішнього контролю за нею втрачається моральна складова економічних відносин, а економічна свідомість особистості починає пристосовуватися до умов, що змінюються. В результаті змінюється мораль людини, внутрішні мотиви її поведінки, у центрі уваги яких стають засоби досягнення мети, а не сама мета. Звичайно, міркував Г. Форд, без прибутку не може бути жодної справи, однак прибуток повинен отримуватися внаслідок корисної праці, а не лежати в її основі [8].

Можна погодитись із думкою У. Хайнса, який, свого часу аналізуючи капіталістичне західне суспільство та процеси задоволення економічних інтересів, цілей та потреб у ньому, намагався простежити, наскільки їхнє задоволення у сучасному суспільстві здатне принести дійсне щастя людині [11]. Його висновки зводилися до одного – їхнє задоволення найімовірніше призведе до розчарування. Аргументи У. Хайнса доводили, що капіталізм не виявив собою приклад деякого ідеального щастя. Навпаки, саме по собі підвищення рівня життя не є гарантією щастя. Отримавши матеріальний достаток, Захід втратив моральні цінності, духовні потреби суспільства виявилися не досить задоволеними. Джерела цих протиріч вчений бачив у глибинних психологічних компонентах економічної діяльності людини – в її моральних цінностях, мотивах, бажаннях. Вихід із ситуації У. Хайнс бачив у концентрації індивідів і суспільства не на абстрактній меті економічного зростання, а на таких цілях, як гідність, свобода, любов, самореалізація, що здатні надати людині більш високий рівень задоволеності.

Як відомо, в основі західного індустріального суспільства лежить ринкова економіка і специфічний тип конкуренції – за ціну, за ринок збуту товарів, за ресурси, який вимагає від підприємців не тільки високого професіоналізму у своїй справі, готовності до інновацій, але й також дотримання таких норм моралі, як чесність, порядність, відповідальність, працелюбність. Наголошуючи на зростаючій ролі соціокультурних і психологічних факторів саме в індустріальному суспільстві Е. Фромм писав, що економічні, психологічні та ідеологічні фактори взаємодіють у такий спосіб: людина реагує на зміну зовнішньої обстановки тим, що змінюється сама, а ці психологічні фактори, у свою чергу, сприяють подальшому розвитку економічного та соціального прогресу[9]. Тут діють й економічні сили, але їх потрібно розглядати не як психологічні мотивації, а як об'єктивні умови; діють і психологічні чинники, але варто пам'ятати, що саме вони історично зумовлені; діють й ідеї, але їх основою є вся психологічна структура членів певної соціальної групи. Незважаючи на взаємозв'язок економічних, ідеологічних та психологічних факторів, кожен з них володіє і певною самостійністю. Неготовність бізнесменів приймати моральні норми за основу своєї економічної діяльності багато в чому породжувала серйозні конфлікти, наслідком яких ставали соціально-економічна й політична кризи, що вимагали серйозних демократичних реформ, свідками яких ми є і сьогодні.

Поступово із накопиченням нових наукових знань, із прогресивним розвитком інформаційних технологій, як на Заході так і на Сході, із зростанням якості життя та сфер послуг на зміну індустріального суспільства еволюційно приходить постіндустріальне, споживацьке. Відмінною ознакою такого суспільства стає зрушення від використання в основному цінових методів конкуренції до виключно нецінових (проте високоякісних), хоча в реальній сучасній економіці завжди відбувається їх поєднання.

Для ринкової економіки інформаційного (постіндустріального) суспільства стає характерною вільна конкуренція за джерела систематизованої та організованої інформації, яка сприяє перетворенню всієї соціально-

економічної структури суспільства. Інформація для підприємців стає своєрідною фінансовою інвестицією у подальший розвиток бізнесу, і тому важливим у цьому процесі стає проблема швидкого доступу до неї та створення передумов для її вільного поширення. Без технічних засобів та спеціальних інформаційних технологій індивіду вирішити ці комунікативні проблеми стає вже неможливо. Основними цінностями постіндустріального суспільства стають інформаційні ресурси, нові технології, знання, освіта, професіоналізм, інтелектуальний капітал, свобода, право, творчість, самореалізація, соціальна відповідальність, які відкривають перед особистістю величезні можливості для реалізації її «Я». Проте такі цінності попереднього суспільства, як чесність, порядність, справедливість, відповідальність та працелюбність також ніхто не відміняв, і без них вище вказані завжди залишатимуться лише гаслами. Сьогодні інформація стає головним ключем до операцій на ринку цінних паперів, так само як і до діяльності в інших сферах бізнесу. Саме тому трьома найважливішими аспектами проблем, що відносяться до знань та інформації у сучасному бізнесі стають: захист інтелектуальної власності; виробничі секрети; надання відкритої інформації, що активізує вторгнення у комп'ютерні мережі і вимагає від бізнесменів вироблення надійних способів її збереження.

У сучасному інформаційному суспільстві відбуваються серйозні зміни в соціальному устрої – від інформації та її експлуатації починає залежати якість життя людини, так само як і перспективи соціальних змін та економічного розвитку. Під впливом досягнень у сфері інформації та знання знаходяться також стандарти життя, форми праці і відпочинку, система освіти і ринок. Нові економічні відносини та засоби реклами формують нову економічну культуру та механізми економічної конкуренції, що обумовлює виникнення нового психологічного типу особистості з новими цілями та цінностями, необхідними йому для виживання у нових умовах.

Можна погодитись із Гі Дебором, що західна цивілізація (на наш погляд, на відміну від східної, в якій глобалізаційні тенденції розповсюджуються

повільніше) поступово перетворюється на інтерактивний спектакль [1], в соціальній сфері якого відбуваються глобальні зміни – з’являються активні виробники інформації (суб’єкти впливу – клас інтелігенції, політична еліта, білі комірці тощо) та її споживачі (об’єкти впливу – нижчий клас). Реципієнт (пересічна людина) перетворюється на глядача, об’єкта морального впливу, який ілюзорно та ціннісно поверхово сприймає світ, а комунікатор на актора (суб’єкта), який активно морально впливає через сучасні технології та ЗМІ на нього. На наш погляд, у суспільстві, де так чітко розподіляються та нав’язуються «ролі» та функції, спостерігаються також й небезпечні тенденції розвитку, що призводить до спрощення та звуження цінностей: відбувається примусове переміщення інтересів суб’єкта з духовної, інтелектуальної сфери в матеріальну, тілесно-речову; перетворення культу знання і просвіти на культ задоволення та природності; звільнення від прагнення до морального ідеалу й орієнтація на норми гедонізму та утилітаризму; заміна творчості – споживацтвом, життя – грою, реальних відносин – віртуальними, особистої відповідальності – колективною.

Все це свідчить про те, що моральні проблеми сучасної техногенної цивілізації, на жаль, стають складнішими та небезпечнішими, не локальними, як раніше, а глобальними, а наслідки їх вирішення будуть віддзеркалені не тільки на їх безпосередніх учасниках, але й на майбутніх поколіннях всієї планети. Бізнесмени як ті, хто завжди відкриті до усього нового та прогресивного у першу чергу поступово мають прийти до усвідомлення того, що бізнес XXI століття має бути націлений на спільне благо людей. Сьогодні вже стає очевидним фактом, що від високої якості товарів та послуг напряду залежить власний прибуток підприємців, які дійсно хочуть утриматися на ринку. Особливо це стосується рекламної сфери та журналістики, які повинні надавати повну й правдиву інформацію (а не лише її фрагменти) і нести за це соціальну відповідальність, а не просто гнатися за тимчасовими сенсаціями. Задля цього має з’явитися нова етика, покликана показати переваги іншої моделі поведінки, згуртувати усіх на засадах довіри та нових духовних принципів, враховуючи нові вимоги часу, нові потенційні можливості та весь

попередній накопичений досвід інтелектуального та морального розвитку людства. Усі країни світу, Схід і Захід, мають пройти цей перехідний етап із своїми болючими проблемами і тільки після цього вони зможуть по-новому навчитися максимально обережно вирішувати питання регулювання економічного зростання (яке не може тривати нескінченно), проблеми із бідністю і масштабні екологічні питання, спільні для планети в цілому.

Можна погодитись із сучасним німецьким філософом П. Козловські, засновником Центру етичної економії та культури бізнесу, який, характеризуючи ринок як інструмент господарської координації, зазначає, що сьогодні суспільство ставить перед окремою людиною величезні моральні стандарти та одночасно вимагає від неї моральних установок, які сама економіка породити не може [4]. Тому треба враховувати, що моральність відрізняється від економіки, але невіддільна від неї. Моральність – це певна сукупність цінностей та норм, що орієнтують та регулюють дії людей в суспільстві. Її також можна вважати показником цілей та цінностей, інтересів та потреб, заради яких люди здійснюють ті чи інші дії у сфері економіки. Галузь економіки – це вибір засобів досягнення поставленої мети, а галузь моральності – це вибір вірної мети та цінностей і норм, що впливають з неї. Саме тому моральність має перевести ці ідеальні цілі та цінності на функціональну логіку економіки, якщо вона хоче уникнути порожнього моралізаторства та його наслідків, а також обурених обвинувачень. Адже будь-яка економічна дія виникає, передусім, завдяки духовним силам людей, які проявляються спочатку як почуття та спонукання, як уявлення та цілі, а потім вже як дії та звичні спрямування волі.

Отже, здійснивши порівняльний аналіз моральних цінностей бізнесу у різних типах суспільства – східної та західної цивілізації, індустріального та постіндустріального (інформаційного) суспільства, що функціонують у сучасному світі і визначають основні моделі господарювання, можна зробити такий висновок. Східна і західна цивілізація історично виробили власні моральні цінності, традиції, норми і полярні моделі ведення бізнесу, що

спираються на них. Проте вони постійно співпрацюють і взаємодоповнюють одна одну. У кожній моделі існують свої недоліки та переваги, що свідчить про неможливість побудови ідеального типу цивілізації (який аргіогі є утопією) та необхідність обрання найкращих орієнтирів, на які спираються як Схід, так і Захід. Для економічної культури України найоптимальнішим було б гармонійне поєднання найсуттєвих принципів, ознак західної та східної традицій: західний раціоналізм й прагматизм та конфуціанство, що сповідує внутрішню моральність людини, колективізм, споконвічну схильність людини до добра, виконання свого морального обов'язку та визнання існуючого світу як найкращого. Однак формування такої культури може відбуватися не на базі повного руйнування, а за умов поєднання давніх і сучасних традицій своєї держави. Прогресивний розвиток світу має бути узгодженим із найглибшим рівнем міжлюдського спілкування, в якому коріняться закони моралі.

Цінності, що домінують у сучасному світі – це поєднання двох систем, в основі яких лежить ринкова економіка: цінностей попереднього індустріального суспільства (яке сформувало традиційні цінності індивідуального підприємництва) та цінностей постіндустріального (інформаційного) суспільства (яке сформувало нову етику соціальної відповідальності).

Із ускладненням соціально-економічного стану суспільства, із переходом від індустріального до інформаційного суспільства у свідомості соціуму починає легко утворюватися вакуум, заповнити який намагаються насаджуванням не самих кращих західних зразків та цінностей. Але цей процес повинен бути не механічним, а вдумливим та аналітичним. Передові країни Європи, Америки та Азії теж проходили певні складні етапи в своєму розвитку. Але вирішення складних соціально-економічних проблем завжди полягало у звертанні до надбань культури, складовою частиною якої є мораль, духовні цінності, традиції й звичаї свого народу.

Досліджуючи проблему співіснування полярних цінностей Сходу та Заходу, а також особистості та суспільства, які багато в чому схожі на два різні полюси, необхідно вказати, що в світі, так само, як і в особистості постійно

борються дві її сутності: соціальна (духовна) й індивідуальна (раціональна). Вони не просто протистоять одна одній, а постійно взаємодіють і не можуть існувати одне без одного. Між ними завжди буде існувати діалектичний зв'язок. Причому соціум (як основний носій духовного й матеріального начала) виступає більш сильною стороною, яка впливає на всі сторони життя людини, проголошуючи моральні цінності, правила дій і т.ін. Люди, у свою чергу, здатні з ними погоджуватися або ні, осмислено включаючи у свою діяльність ті цінності, які вони визнають. Надалі індивідуальний світогляд починає відігравати важливу роль у формуванні життєвих цілей особистості, її економічної свідомості, поведінки й діяльності.

Ринок – це складний соціокультурний та психологічний феномен, що передбачає певну культуру та психологію господарської поведінки, розвиток соціально-духовних мотивів, ділову етику. Крім критеріїв ефективності капіталовкладення, не менш важливим для бізнесу є дух партнерства, взаємоповаги, громадянської відповідальності, які мають стати показниками певного рівня моральності учасників підприємницької діяльності.

У наш час розвиток підприємництва залежить від типу і рівня економічної та духовної культури суспільства. Якщо в основі лежить заздрість до чужого успіху і не враховуються моральні принципи, – там немає твердої основи для становлення підприємництва. Сучасний підприємець – не «вільний гравець» у сфері бізнесу. Його кроки, мотиви поведінки, образ дії несуть відбиток соціально-культурних та економічних національних умов, які існують в даній країні. В основі діяльності людини в умовах ринку має бути економічна свобода та самостійність у прийнятті рішень. Підприємництво як вид діяльності надає можливість здобути матеріальну й моральну незалежність від держави. Вона є неодмінною умовою самореалізації особистості, її свободи. Шляхи реалізації всіх планів людини багато в чому залежать від рівня її моральності, таких якостей, як чесність, порядність тощо. Особи, нечесні в одній сфері, нечесні й у інших. Чесність вимагає і чесних зусиль для детального з'ясування ситуації і забезпечення чесності для всіх.

На Сході та Заході, де ринок як простір для виробництва та обміну товарів був сформований значно раніше, прийнято вести свої справи, керуючись релігійними істинами. Але, як і будь-якого правила, його не всі дотримуються. Етика підприємництва – явище складне та суперечливе. На нього впливають різні сили, обставини, різноманітні етичні традиції та системи цінностей. У практичному житті люди бізнесу щоденно опиняються перед вибором: чи довіритися своєму партнерові, чи скласти вільну угоду, підписати контракт або договір? Результати їхнього вибору можуть захищати законні інтереси всіх або ж, навпаки, завдавати шкоди. Вони можуть бути наслідком використання сили, шахрайства, необізнаності та емоцій. Такі моральні цінності, як довіра, готовність самостійно приймати рішення та відповідати за свої дії (її часто в негативному значенні називають «індивідуалізмом»), індивідуальна ініціатива та здатність до розумного ризику, є найважливішими рушійними силами в економіці. Взаємозв'язок етики і бізнесу тут очевидний. Поза сферою особистої відповідальності немає ані добра, ані зла, ані добродійності, ані жертви. Тільки там, де ми несемо відповідальність за свої дії, де наша жертва вільна та добровільна, рішення, що приймаються нами, можуть вважатися моральними. Як неможливим є альтруїзм за чужий рахунок, так неможливий він й у разі відсутності свободи вибору.

Дотримання моральності в підприємстві сприяє вдосконаленню підприємства та суспільства як сприятливого середовища для існування людей. В інформаційному суспільстві від бізнесу вимагається висока відповідальність за наслідки своїх економічних дій не тільки в національному, але й в інтернаціональному та світовому масштабі. Без етики, яка розглядає бізнес у загальній схемі індивідуального та суспільного життя, учасники ділових стосунків ризикували б стати «успішними» бізнесменами, але посередніми, навіть морально скаліченими особистостями. Якщо суб'єкти ринку не нехтуватимуть загальнолюдськими духовними цінностями, то перехід до ринку матиме цивілізований характер. Тільки гармонійне поєднання у XXI столітті моральних цінностей двох типів цивілізацій – західної та східної, та

виведення їх на більш високий інтегрований рівень, а також вміння передбачати конфлікти цих цінностей і можливі наслідки розвитку інформаційних технологій, зможе врятувати ситуацію і стати кроком до майбутнього цивілізованого розвитку людства. Подальших наукових досліджень потребує розробка моделі сучасної вітчизняної бізнес-етики та її соціокультурної перспективи.

Література:

1. Алиханова Ю.М., Никитина В.Б., Померанцева Л.Е. Литература Древнего Востока: Иран, Индия, Китай. Тексты. – М.: Изд-во МГУ, 1984. – 350 с.
2. Вебер М. Протестантская этика и дух капитализма // Вебер М. Избранные произведения: Пер. с нем. – М.: Прогресс, 1990. – С.61-208.
3. Дебор Ги. Общество Спектакля. Пер. с фр. – М.: Логос-Радек, 2000. – 184 с.
4. Де Джордж Р.Т. Деловая этика / Пер. с англ. Р.И. Стоплера. – М.: ИГ «Прогресс»; ИД «РИПОЛ КЛАССИК», 2003. – 736 с.
5. Йонас Г. Принцип відповідальності. У пошуках етики для технологічної цивілізації. Пер. з нім. – К.: Лібра. 2001. – 400 с.
6. Козловски П. Принципы этической экономии: Пер. с нем. – Спб.: Экономическая школа. 1999. – 344 с.
7. Томс М. Душа бизнеса. Современная этика предпринимательства. – Спб.: ИГ «Весь», 2010. – 224 с.
8. Форд Г. Моя жизнь, мои достижения. Сегодня и завтра / Г. Форд. – М.: АСТ, 2005. – 340 с.
9. Фромм Э. Иметь или Быть? // Фромм Э. Психоанализ и религия; Искусство любить; Иметь или Быть?: Пер с англ. – К.: Ника-Центр, 1998. – 400 с.
10. Хайек Ф.А. Дорога к рабству: Пер. с англ. – М.: Экономика, 1992. – 176 с.
11. Хайнс У.В. Свобода, свободные рынки и человеческие ценности // Свободная мысль. – 1994. – №4. – С.51-54.

Л.А. Овсянкина. Этическое измерение бизнеса

В статье представлен сравнительный анализ нравственных ценностей бизнеса в различных типах общества – восточной и западной цивилизации, индустриального и постиндустриального (информационного) общества, функционирующих в современном мире и определяющих основные модели хозяйствования. Доказано, что ценности, доминирующие в современном мире – это сочетание двух систем, в основе которых лежит рыночная экономика: ценностей предыдущего индустриального общества (которое сформировало традиционные ценности индивидуального предпринимательства) и ценностей

постиндустриального (информационного) общества (которое сформировало новую этику социальной ответственности). Новая этика призвана сплотить человечество на основе доверия и новых духовных принципов, учитывая новые требования времени, новые потенциальные возможности и весь предыдущий накопленный опыт интеллектуального и нравственного развития.

Ключевые слова: бизнес, восточная цивилизация, западная цивилизация, индустриальное общество, информационное общество, нравственные ценности, рыночная экономика, предпринимательство, социальная ответственность.

L.A. Ovsiankina. Ethical dimension of business

Active restructuring of the entire system of socio-economic relations that occur in countries with economies in transition, actualizes the problem of introduction of such business in Ukraine economically and morally served to benefit the state. Today the problem of finding a new business model is increasingly attracting the attention of modern scientists, philosophers, sociologists, psychologists and political scientists. But business in the XXI century is focused not only on the growth of income and productivity. Modern businessmen realize that doing business effectively impossible, if not created conditions in which the employee is able to reach their full potential. They also recognize the role of spiritual values and responsibility for the consequences of their economic actions. Spiritually-moral problems faced by modern businessmen (as the main subjects of the market) while solving purely rational economic issues in a competitive environment are such that require deep philosophical analysis.

In the article it is proved that the market is a complex socio-cultural and psychological phenomenon that requires a certain culture and psychology of economic behavior, development of the social and moral motives, business ethics. In addition to the criteria of the efficiency of investments not less important to the business is the spirit of partnership, mutual respect, civil responsibility, which should

be indicators of a certain level of morality of the participants of entrepreneurial activity.

The article presents a comparative analysis of the moral values of business in different types of society – the Eastern and Western civilizations, industrial and postindustrial (informational) society functioning in the modern world and define the basic model of management. It is proved that the values dominant in the modern world is a combination of the two systems, based on market economy: the values of the previous industrial society (which formed the traditional values of individual entrepreneurship) and values of postindustrial (informational) society (who formed a new ethic of social responsibility). As evidenced by the positive experience of developed countries, such efficiency is ensured by the fact that the actual economic levers production significantly complemented factors of moral and socio-psychological nature. This article is devoted to the study of positive experience of the transition countries of East and West. In China and Japan, this process was due to the preservation of ancient religious traditions of Confucianism, spiritual values, the culture and the customs of his people. The Western model of economic development and specific bourgeois ethos were formed on the basis of the Protestant religion and its doctrine of election and salvation. Such important quality of individual entrepreneur, as honesty, punctuality, honesty, humility, hard work, thrift, professionalism, rationalism became the basis of the Protestant ethic.

The article analyzes the problem of co-existence of polar values of the East and West, as well as the individual and society, which in many ways similar to two different poles. In the world, as well as in personality constantly fighting two entities: social (spiritual) and private (rational). They are not just opposed to each other, and interact and can not exist without each other. Between them there will always be a dialectical relationship. Socium (as the main bearer of spiritual and material beginning) always take the stronger party, which affects all aspects of human life, proclaiming moral values and rules of action.

The author of the article is reasonable proves that at the moment the Ukrainian business is in need of serious democratic and political reform, good governance for

the sake of economic order and stability of society as a whole. Course of integration in the civilized European society should encourage changes in the mentality of the society, to accelerate the transformation process, primarily in business relations, to create new standards of ethical device. Also noteworthy is the idea that the further scientific researches in the sphere of metaethics needs development of a mechanism for the formation of a new type of management, which is characterized by global ethical thinking and social responsibility. New set of ethics is intended to unite humanity on the basis of trust and new spiritual principles, taking into account the new requirements of the time, new opportunities and the whole previous experience accumulated intellectual and moral development.

Keywords: *business, Eastern civilization, Western civilization, the industrial society, information society, moral values, market economy, entrepreneurship, social responsibility.*